

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK KAMBING BOERJA DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus CV. Agriranch Kelurahan Tawangargo Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)

*by* Ariani Trisna Murti

---

**Submission date:** 14-Sep-2020 01:58PM (UTC+0300)

**Submission ID:** 1386677804

**File name:** Kelurahan\_Tawangargo\_Kecamatan\_Karangploso\_Kabupaten\_Malang.doc (288.5K)

**Word count:** 3821

**Character count:** 24953

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK KAMBING BOERJA DI  
KABUPATEN MALANG (Studi Kasus CV. Agriranch Kelurahan Tawangargo Kecamatan  
Karangploso Kabupaten Malang)**

**Ariani Trisna Murti, Erik Priyo Santoso, Maria Yohaneta Sin**

**ABSTRAK**

Penduduk Indonesia yang meningkat setiap tahunnya menyebabkan permintaan akan jumlah konsumsi pangan juga bertambah, salah satu kebutuhan pangan yang penting adalah protein hewani yang berasal dari sector peternakan. Daging merupakan salah satu produk peternakan yang hingga saat ini belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, karena harga daging ruminansia yang relatif mahal. Ternak kambing merupakan komoditi ternak yang banyak dijumpai dan disukai oleh masyarakat, oleh karena itu banyak sejumlah peternak yang membudidayakan. Alasan yang mendasari budidaya ternak kambing sebagai usaha mempunyai prospek baik karena system pemeliharaan dan pemasaran relatif mudah, terutama daging, susu, kulit, dan kotorannya. Masalah yang dihadapi oleh peternak adalah sebagian besar masyarakat hanya menjadikan usaha peternakan kambing sebagai usaha sambilan dengan cara budidaya yang sederhana dan seadanya, hal ini akan menimbulkan masalah modal dan sedikitnya informasi peternak mengenai pasar produk peternakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha penggemukan ternak kambing boerja pada CV. Agriranch yang berada di Kelurahan Tawangargo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Penelitian ini dilaksanakan pada CV. Agriranch Kelurahan Tawangagro, Kecamatan Karangploso pada bulan Juli 2018. Alternatif strategi yang perlu digunakan untuk pengembangan usaha kambing boerja CV. Agriranch yaitu Strategi SO (Strengths Opportunities) yakni Strategi Keunggulan Komparatif dimaksudkan untuk menarik keuntungan (comparative advantage), yaitu pertemuan antara peluang dari luar dengan kekuatan yang dimiliki oleh CV. Agriranch dengan strategi dengan mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peternak dengan SDM yang tersedia untuk meningkatkan skala usaha ternak kambing boerja yang lebih maju guna memenuhi permintaan pasar ; bekerja sama dengan berbagai pihak guna meningkatkan produktivitas serta menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk local melalui manajemen produksi yang baik, Pengadaan penyuluhan mengenai teknologi pengolahan pakan dari limbah pertanian untuk mengatasi musim kemarau.

*Kata kunci : Strategi pengembangan, kambing boerja, strengths opportunities*

**PENDAHULUAN**

Kebutuhan protein hewani untuk daging tiap tahunnya semakin meningkat walaupun meningkat akan tetapi kebutuhan daging untuk masyarakat belum terpenuhi. Data kebutuhan BPS protein hewani untuk daging pada tahun 2015 sebesar 111,08/kapita, pada tahun 2016 sebesar 117,9/kapita dan pada tahun 2017 sebesar 124,21/kapita. (Badan Pusat Statistik, 2018). Penduduk Indonesia yang meningkat setiap tahunnya menyebabkan permintaan akan jumlah konsumsi pangan juga bertambah, salah satu kebutuhan pangan yang penting adalah protein hewani yang berasal dari sector peternakan. Daging merupakan salah satu produk peternakan yang masyarakat Indonesia belum merasakan pemerataan pemenuhannya,

---

karena harga daging ruminansia yang relatif mahal. Ternak kambing merupakan komoditi ternak yang banyak dijumpai dan disukai oleh masyarakat, oleh karena itu banyak sejumlah peternak yang membudidayakan. Alasan yang mendasari budidaya ternak kambing sebagai usaha mempunyai prospek baik karena system pemeliharaan dan pemasaran relatif mudah, terutama daging, susu, kulit, dan kotorannya. Kebutuhan protein hewani untuk daging tiap tahunnya semakin meningkat walaupun meningkat akan tetapi kebutuhan daging untuk masyarakat belum terpenuhi. (Taufik, 2016).

Pemenuhan protein hewani dapat dipenuhi oleh salah satu komoditas ternak ruminansia sebagai penghasil daging selain sapi yaitu kambing boerja. Ternak boerja memiliki kualitas daging lebih bagus di banding kambing lain pertumbuhan cepat, persentasenya 40-50 %, dan bobot tubuhnya lebih tinggi. Hal-hal di atas menyebabkan kambing boerja banyak diminati oleh petani peternak sebagai pilihan tipe pedaging, tetapi hal tersebut tidak terlepas dari manajemen produksi maupun manajemen keuangan. Salah satu cara untuk mengetahui keuntungan yang dihasilkan dalam suatu periode usaha dapat digunakan analisa profitabilitas untuk melihat kekuatan dan kelemahan usaha peternakan kambing agar pihak manajemen dapat mengetahui manajemennya dengan melihat apakah manajemennya sudah efisien atau belum dengan memperhatikan tingkat keberhasilan dari usaha tersebut. Di dalam mengelola usaha efisiensi sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan namun hal ini mungkin saja bisa gagal karena strategi utamanya tidak tepat.

Perumusan strategi yang tepat bagi suatu usaha dapat dilakukan dengan memantau lingkungan melalui teknik-teknik analisa lingkungan yang dapat menentukan dimana posisi usaha berada, dan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi peternakan kambing. Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu adanya suatu konsep yang terukur dan terarah untuk menetapkan strategi dalam rangka mengembangkan suatu usaha. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan suatu analisis untuk mengetahui bagaimana posisi usaha dilihat dari strategi pengembangan usaha di masa yang akan datang, sehingga usaha ternak dapat berlanjut dan bertahan di masa yang akan datang, baik usaha skala besar, skala menengah, maupun skala kecil.

## METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada tanggal 05 Juli sampai dengan 05 Agustus yang bertempat di CV. Agriranch yang berada di Kelurahan Tawangargo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Alasan pemilihan lokasi di Karangploso dikarenakan daerah tersebut merupakan sentra pembudidaya ternak kambing boerja di Kabupaten Malang. Materi yang akan digunakan dalam penelitian Peternak yang memiliki ternak kambing boerja sebanyak 400 ekor dengan melihat data dari tiga tahun yang sudah berlangsung baik dari data primer maupun data sekunder.

37

Metode yang akan digunakan dalam penelitian adalah studi kasus atau case study method, dengan total sampling. Analisis strategi pengembangan usaha ternak kambing<sup>14</sup> boerja yaitu yang pertama adalah melakukan survey ke lokasi peternakan, melakukan pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder, memberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk daftar pertanyaan (kuesioner) kepada peternak, dan yang terakhir yaitu melakukan identifikasi usaha peternakan kambing boerja sesuai dengan data yang di peroleh.

Variabel pengamatan

Variabel yang diamati
Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing Boerja
<ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor Internal (Matriks IFAS)</li> <li>Faktor Eksternal (Matriks EFAS) <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis SWOT</li> </ul> </li> </ul>

## ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK KAMBING BOERJA

### 1. Analisis Internal

Metode yang dipergunakan untuk dapat mengetahui faktor kekuatan sebagai manfaat dan faktor kelemahan yang harus dilemahkan di dalam penelitian yaitu dengan mempergunakan analisi internal. Faktor tersebut dievaluasi dengan menggunakan Matriks IFAS (*intenal factor analysis summary*) dengan langkah-langkah berikut ini. Menentukan derajat kepentingan relative setiap factor internal (bobot). penentuan bobot dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing factor. Penilaian angka pembobotan adalah (a) Bobot 1, jika factor vertical sama pentingnya dengan factor horizontal (b) 2, jika factor vertical lebih penting dari factor horizontal (c) bobot 0 jika factor horizontal lebih penting dari vaktor vertical. Memasukkan<sup>27</sup> bobot setiap faktor ke dalam matrik IFAS. Memberi rating pada setiap faktor, mulai dari 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*) berdasarkan faktor terhadap kondisi usaha ternak, dan yang terakhir adalah mengalikan bobot dengan rating untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor berbobot. (Rangkuti, 2011).

32

Tabel 3 Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kelemahan

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot×rating)

7

Keterangan pemberian rating :

7

4 = kelemahan yang dimiliki usaha ternak yang paling mudah dipecahkan

3= kelemahan yang dimiliki usaha ternak yang mudah dipecahkan

2= kelemahan yang dimiliki usaha ternak yang sulit dipecahkan 1=

kelemahan yang dimiliki usaha ternak sangat sulit dipecahkan

## 2. Analisis Eksternal

Analisis eksternal ini menggunakan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dengan langkah-langkah berikut yaitu dimulai dari mendaftarkan item-item EFAS yang paling penting ke dalam kolom faktor strategi, menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor eksternal (bobot). Penentuan bobot dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian angka pembobotan, yaitu : (a) Bobot 1, jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal (b) Bobot 2, jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal (c) Bobot 0, jika faktor horizontal lebih penting dari faktor vertical, memasukkan bobot setiap faktor ke dalam matrik EFAS, memberi rating pada setiap faktor, mulai dari 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*) berdasarkan faktor terhadap kondisi perusahaan bersangkutan, dan mengalikan bobot dengan rating untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor berbobot (Rangkuti, 2006). Matrik evaluasi eksternal SWOT untuk mengetahui kondisi usaha ternak kambing boerja disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 4. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk peluang

o	F		Skor	
	aktor Internal	obot	ating	(bobot×rating)

Keterangan pemberian rating :

4 = peluang dimiliki usaha ternak yang paling mudah diraih

3 = peluang dimiliki usaha ternak yang mudah diraih

2 = peluang dimiliki usaha ternak yang sulit diraih

1 = peluang dimiliki usaha ternak sangat sulit diraih

18

Tabel 5. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk ancaman

o	Fakt or Eksternal	obot	ating	Skor (bobotxrating)

4 Keterangan pemberian rating :

4 = ancaman yang dimiliki usaha ternak paling mudah diatasi

2 = ancaman yng dimiliki usaha ternak mudah diatasi

2 = ancaman yang dimiliki usaha ternak sulit diatasi

1 = ancaman yang dimiliki usaha ternak sangat sulit diatasi

36

### 3. Analisis SWOT

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal akan digambarkan pada matriks SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan usaha peternakan kambing boerja. Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha ternak kambing boerja, sehingga diperoleh susunan strategi yang mampu menambah kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada. Tabel matrik SWOT disajikan pada Tabel 7.

Faktor Internal Faktor eksternal	Kekuatan (S) Daftar Kekuatan (tentukan 5-10 faktor peluang internal)	Kelemahaan (W) Daftar Kelemahan (tentukan 5-10 faktor peluang internal)
Peluang (O) Daftar Peluang (tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Strategi SO Menggunakan kekuatan untuk memanfaat-kan peluang	Strategi WO Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Ancaman (T) Daftar Ancaman (tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Strategi ST Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. Matrik SWOT ( David (2009)

46

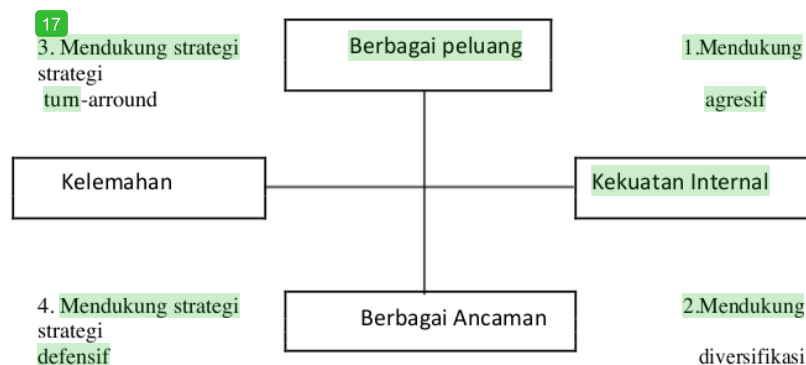
Tabel 5. menunjukkan bahwa matrik SWOT dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan peluang (SO), strategi kelemahan-peluang (WO), strategi kelemahan ancaman (WT), dan strategi kekuatan-ancaman (ST). Tahap-tahap

penyusunan matrik SWOT adalah menentukan faktor-faktor peluang usaha ternak kambing boerja, menentukan faktor-faktor ancaman usaha ternak kambing boerja, menentukan faktor-faktor kekuatan usaha ternak kambing boerja, menentukan faktor-faktor kelemahan usaha ternak kambing boerja, menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal



untuk mendapatkan strategi SO. Menempatkan seluruh hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan, menyesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi WO, menempatkan seluruh hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan, menyesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi ST. Menempatkan seluruh hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan. Menyesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi WT, dan menempatkan seluruh hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

Gambaran posisi usaha peternakan kambing boerja untuk menghadapi peluang dan ancaman dapat diperoleh dengan gambaran faktor internal dan eksternal yang dibandingkan dengan analisa SWOT.



Gambar 3. Diagram analisis SWOT (Rangkuti, 2006)

Peluang eksternal dapat dimanfaatkan untuk menganalisa strategi peluang dan kekuatan internal dari suatu perusahaan. Kelemahan diperbaiki dengan memanfaatkan peluang dan didapatkan untuk memuskan suatu strategi kelemahan. Strategi kekuatan-ancaman untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi ancaman. Strategi kelemahan ancaman diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Keterangan gambar diagram analisis SWOT adalah

- a. Kuadran 1  
Kuadran ini menggambarkan situasi menguntungkan. Mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif adalah cara strategis untuk perusahaan dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang.
- b. Kuadran 2  
Kuadran ini ancaman yang datang dapat dikendalikan dengan kekuatan dari segi internal perusahaan. Strategi yang

diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi.

c. Kuadran 3

Kuadran ini menjelaskan perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi perusahaan juga menghadapi berbagai kelemahan atau kendala internal. Strategi yang digunakan adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga mampu merebut peluang pasar yang lebih baik.

d. Kuadran 4

Kuadran ini menjelaskan bahwa perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal dimana situasi yang demikian sangatlah tidak menguntungkan terhadap perusahaan.

43

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

CV. Agriranch terletak di daerah Karangploso, Dusun Bra, Kelurahan Tawang Agro, Kecamatan Karangploso, Malang dengan ketinggian 600 m di bawah permukaan laut dengan curah hujan rata – rata 1.890 Mm / tahun dengan suhu sekitar 20 – 30° dan kelembaban 60%. CV. Agriranch mempunyai lahan sendiri dimana pada lahan tersebut didirikan sebuah gudang pakan, kantor, dapur, pos penjaga, tempat pencacah tebon jagung, tempat pembuatan pupuk kandang serta 20 unit kandang dimana dalam satu kandang terdapat 6 kotak kecil.

Lokasi peternakan CV. Agriranch Karangploso termasuk peternakan yang memiliki lahan hijau sendiri yang mana hijau tersebut terdiri atas lahan rumput gajah, gamal, dan kaliandra. Ruang lingkup CV. Agriranch merupakan peternakan yang sangat cocok untuk beternak kambing yang mana lokasi tersebut bias dibilang jauh dari pemukiman warga yang mana tujuannya agar limbah dari peternakan tidak mengganggu kenyamanan masyarakat disekitar kandang. Lokasi ini juga mempunyai sumber air sendiri, dimana air tersebut sangat berperan penting bagi ternak sehingga air bersih harus selalu tersedia dalam jumlah yang cukup dan diberikan pada ternak secara ad libitum.

CV. Agriranch ini berdiri pada tanggal 1 Februari 2008 yang berlokasi di Dusun Bra, Kelurahan Tawang Agro, Kecamatan Karangploso, Malang. Misi dari peternakan ini adalah ingin mengangkat peternakan di Indonesia khususnya sumber daya daging dan susu. Secara umum, lokasi CV. Agriranch merupakan daerah lereng dikaki gunung Arjuna di daerah Karangploso Dusun Bra, Kelurahan Tawang Agro, Kecamatan Karangploso, Malang. Dengan melihat topografi ini, maka CV. Agriranch ini sangat cocok untuk beternak kambing.

---



## 2. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Strategi matrik IFAS merupakan rumusan analisis lingkungan internal. Berbagai jenis bidang fungsional suatu usaha diperlukan rangkuman evaluasi kekuatan dan kelemahan, gambar 24 tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan matrik IFAS. Matrik IFAS juga memberikan gambaran dasar pengenalan dan evaluasi hubungan antar bidang fungsional tersebut.

Tabel 10. Hasil Matrik IFAS Pengembangan Usaha ternak kambing boerja di CV.Agriranch

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot×Rating)
<b>Kekuatan (Strength)</b>			
Lahan cukup tersedia	0,18	2	0,36
Menggunakan modal sendiri	0,22	4	0,88
Pengalaman peternak cukup lama	0,20	3	0,60
Mudah melakukan pemasaran	0,18	2	0,36
Tenaga kerja tersedia	0,20	4	0,88
<b>Total</b>			<b>3,08</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
Kurangnya pakan hijauan pada musim kemarau	0,20	2	0,40
Rendahnya manajemen usaha	0,22	3	0,66
Produksi ternak masih rendah	0,20	2	0,40
Kurangnya perhatian dari pemerintah	0,20	2	0,40
Rendahnya kontinuitas ketersediaan Produk	0,18	1	0,18
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,04</b>

Sumber : Data diolah (2018)

## 3. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Matrik EFAS digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada suatu usaha. Analisis matrik EFAS dilakukan perhitungan yang sama dengan matrik IFAS yaitu perhitungan terhadap bobot dan pemberian rating pada setiap faktor.

Tabel 11. Hasil Matriks EFAS Pengembangan Usaha ternak kambing boerja di CV.Agriranch

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot×Rating)
<b>Peluang (Opportunity)</b>			
Mudah dalam memperoleh pakan konsentrat	0,15	2	0,30
Permintaan pasar cukup tinggi			
Teknologi tersedia	0,24	4	0,96
Kemitraan terbuka luas	0,24	4	0,96
Penerapan pola integrasi ternak-tanaman	0,15	2	0,30
	0,22	3	0,66
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,18</b>

<b>Ancaman (Threats )</b>			
Wabah penyakit	0,18	2	0,36
Fluktuasi harga pakan	0,18	2	0,36
Tenaga penyuluh masih terbatas secara kualitas dan kuantitas	0,23	3	0,69
Musim kemarau panjang mengurangi ketersediaan hijauan pakan ternak	0,23	3	0,69
Keamanan produk asal ternak	0,18	2	0,36
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,46</b>

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan hasil analisis matrik IFAS dan Matrik EFAS yang tertera pada tabel 10 dan tabel 11 dapat dilihat masing – masing mempunyai nilai skor baik dari factor internal maupun dari factor eksternal sebagai

berikut : Faktor kekuatan ( <i>Strengths</i> )	3,08
Faktor kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	2,04
Faktor Peluang ( <i>Opportunities</i> )	3,18
Faktor Ancaman ( <i>Threats</i> )	2,46

David (2007) menjelaskan bahwa dasar yang harus diperhatikan untuk mengetahui dan mengevaluasi hubungan diantara bidang diatas adalah dengan cara meringkas dan evaluasi kekuatan dan kelemahan di berbagai macam bidang fungsional dari suatu usaha yang dijalankan. Pada tabel 10 terlihat bahwa nilai kekuatan sebesar 3,08 dan kelemahan sebesar 2,04 ini berarti bahwa CV. tersebut memiliki kekuatan yang lebih menonjol dari pada kelemahan, dengan kekuatan terbesar terletak pada tenaga kerja tersedia dan menggunakan modal sendiri (masing-masing memperoleh rating 4), sedangkan kelemahan terbesar terletak pada rendahnya kontinuitas ketersediaan produk (rating 1), kurangnya perhatian dari pemerintah (rating 2), produksi rendah (2), dan kurangnya pakan hijauan pada musim kemarau (rating 2)

Menurut David (2007), matrik EFAS membuat ahli strategis meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, social, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum dan persaingan. Hasil akhir EFAS untuk faktor peluang diperoleh nilai akumulatif sebesar 3,18 dan untuk faktor ancaman sebesar 2,46. Berdasarkan nilai pembobotan untuk faktor strategis eksternal dapat diketahui bahwa dalam pengembangan usaha ternak kambing boerja menunjukkan posisi CV. Agriranch tersebut sedang dalam usahanya memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman, dengan kata lain bahwa peluang untuk mengembangkan usaha ternak kambing boerja “sangat besar atau berpeluang besar” yakni dengan adanya teknologi yang tersedia (rating 4), dan adanya permintaan pasar yang cukup tinggi (rating 4).

#### 4. Analisis SWOT

Matrik SWOT digunakan untuk menetapkan strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matrik ini menggambarkan

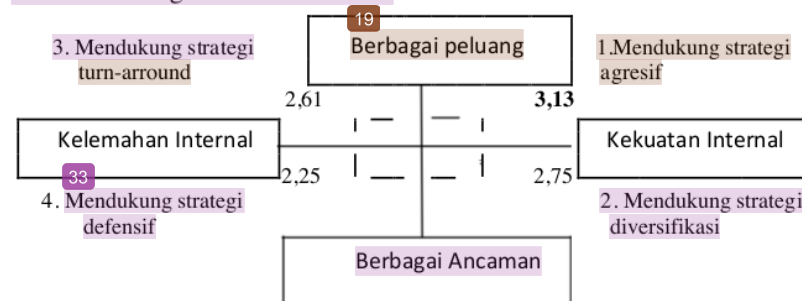
bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pengusaha ternak kambing boerja disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. Matrik IFAS DAN EFAS

	IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
EFAS			
Opportunities (O)		Strategi SO $\frac{3,08 + 3,18}{2} = 3,13$	Strategi WO $\frac{2,04 + 3,18}{2} = 2,61$
Threats (T)		Strategi ST $\frac{3,08 + 2,46}{2} = 2,75$	Strategi WT $\frac{2,04 + 2,46}{2} = 2,25$

Sumber: Data diolah (2018)

Gambar 1. Diagram analisis SWOT



Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS pada tabel 10 dan diagram di atas, dapat dilihat strategi SO sebesar 3,13, artinya bahwa strategi utama yang harus diterapkan perusahaan CV. Agriranch dalam rangka pengembangan usaha ternak kambing boerja adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*) seperti yang ditunjukkan pada kuadran ke satu. Hasil yang diperoleh pada matriks IFAS terlihat bahwa faktor kekuatan sangat menonjol (3,08) sedangkan pada matriks EFAS yang menonjol adalah faktor peluang (3,18). Total nilai untuk strategi ST sebesar 2,61 terletak pada kuadran ke dua, yakni mendukung strategi diversifikasi.

Strategi WO dengan total nilai sebesar 2,61 berada pada posisi kuadran ke tiga, yakni mendukung strategi *turn around*. Strategi WT sebesar 2,25 berada pada posisi kuadran ke empat, artinya mendukung strategi defensif atau strategi bertahan.

Alternatif strategi yang digunakan untuk usaha ternak kambing boerja dilakukan dengan analisis menggunakan metode SWOT yang merupakan lanjutan dari analisis IFAS dan EFAS. Perumusan alternatif strategi dengan metode SWOT dilakukan dengan penggabungan antara kedua faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan factor eksternal (peluang dan ancaman). Analisis matriks SWOT dalam perumusan strategi alternatif dapat dilihat pada tabel 11. Berdasarkan analisis SWOT pada tabel 11 di atas, alternatif strategi yang direkomendasikan dalam usaha pengembangan usaha ternak kambing boerja pada CV. Agriranch .

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <p>1.Lahan cukup tersedia</p> <p>2. Menggunakan modal sendiri cukup</p> <p>3.Pengalaman peternak lama</p> <p>4. Mudah melakukan pemasaran</p> <p>5. Tenaga kerja tersedia</p>	<p>Kelemahan (W)</p> <p>1. Kurangnya pakan hijauan pada musim kemarau</p> <p>2. Rendahnya manajemen usaha</p> <p>3. produksi ternak masih rendah</p> <p>4. Kurangnya perhatian dari pemerintah</p> <p>5. Rendahnya kontinuitas ketersediaan Produk</p> <p>6.Rendahnya penanganan kesehatan</p>
<p>Peluang (O)</p> <p>1. Mudah dalam memperoleh pakan konsentrat</p> <p>2. Permintaan pasar cukup tinggi</p> <p>3. Teknologi tersedia</p> <p>4. Kemitraan terbuka luas</p> <p>5. Penerapan pola integrasi ternak-tanaman</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Memanfaatkan lahan untuk meningkatkan skala usaha dengan cara menambah populasi ternak</p> <p>2. Meningkatkan skala usaha dengan dukungan modal usaha biaya rendah</p> <p>3. Menekan biaya produksi dengan pemanfaatan sistem pertanian terpadu</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Penggunaan teknologi pakan tepat guna</p> <p>2. Mengikuti pelatihan dan penyuluhan yang terkait dengan manajemen budidaya yang ada di daerah setempat</p> <p>3. Menjalin kerjasama dengan pihak terkait, baik pemerintah maupun swasta</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Wabah penyakit</p> <p>2.Fluktuasi harga pakan</p> <p>3.Tenaga penyuluh masih terbatas secara kualitas dan kuantitas</p> <p>4. Musim kemarau panjang mengurangi ketersediaan hijauan pakan ternak</p> <p>5. Keamanan produk asal ternak</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Optimalisasi sumber daya manusia melalui kegiatan penyuluhan</p> <p>2. Pemanfaatan tenaga kerja yang tersedia dengan penggunaan limbah pertanian dalam teknologi pembuatan pakan ternak</p> <p>3. Meningkatkan kualitas produk</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Perbaikan sanitasi dan biosecurity</p> <p>2. Schedule program vaksinasi</p> <p>3. Menjaga kualitas produk sesuai dengan standart pangan A.S.U.H</p>

Sumber data diolah (2018)

Strategi SO yang mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) dengan rincian sebagai berikut: 1) Memanfaatkan lahan dan teknologi yang ada untuk meningkatkan usaha ternak kambing boerja dalam melakukan pemasaran agar dapat memenuhi tingginya permintaan pasar. 2) Meningkatkan skala usaha dengan modal sendiri dan mampu bekerja sama yang baik dengan kemitraan dan karyawan untuk memenuhi kebutuhan usaha ternak kambing boerja terutama terutama pakan konsentrat. 3) Menekankan biaya produksi dengan pengalaman yang dimiliki dalam integrasi ternak-tanaman. Hasil strategi S-O (*strength opportunity*) pengembangan usaha ternak kambing boerja adalah: mengoptimalkan pengalaman beternak dan motivasi agar dapat menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi, menjalin kerjasama antara kelompok tani ternak untuk memanfaatkan pakan limbah pertanian yang melimpah (Djaafar, 2007; Kurniawan, 2012).

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk

memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah : 1) Pengenalan teknologi pengolahan pakan dari limbah pertanian untuk mengatasi musim paceklik dan penerapan pola integrasi. 2) Melakukan pendekatan dengan pemerintah ddaerah setempat untuk meningkatkan manajemen pemeliharaan usaha, guna menghasilkan produksi yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar. 3) Bekerja sama dengan kemitraan perusahaan pakan guna mendapatkan pakan agar meningkatkan ketersediaan produk. Hasil strategi WO (*weakness-threat*) pengembangan usaha ternak kambing boerja adalah penyuluhan yang terarah dan terpadu, *research and development* pemanfaatan limbah pertanian, peningkatan produksi meningkatkan pengetahuan peternak mengenai manajemen, pemasaran dan informasi harga untuk mengurangi pengaruh fluktuasi harga pakan (Kurniawan, 2012; Busono, 2011).

Strategi S-T<sup>39</sup> (*Strenght-Threat*) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah : 1) Meningkatkan manajemen pemeliharaan dengan mensinergikan kekuatan SDM yang ada untuk mengantisipasi wabah penyakit, 2) Memperbanyak bahan baku terutama pakan menggunakan modal yang ada untuk menghindari fluktuasi harga pakan. 3) Pengadaan penyuluhan untuk karyawan yang ada terkait limbah pertanian untuk mengatasi ketersediaan pakan saat kemarau panjang, 4) Menjaga mutu produk dan memperhatikan pasar dalam menentukan skala usaha untuk menghadapi persaingan pada saat pemasaran Hasil strategi S-T (*Strenght-Threat*) pengembangan usaha ternak kambing boerja sesuai dengan Putra (2011), strategi ST (*Strenght-Threat*) pengembangan usaha ternak yang dihasilkan adalah: meningkatkan sumber daya manusia dengan meningkatkan pengetahuan peternak, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan produktivitas serta menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk local melalui manajemen produksi yang baik.

Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah : 1) Meningkatkan manajemen pemeliharaan untuk mengantisipasi wabah penyakit guna meningkatkan produksi yang dihasilkan. 2) Pendekatan dengan pemerintah setempat untuk mengefektifkan keamanan produk asal ternak yang kontinuitas dan fluktuasi harga pakan 3) Penambahan tenaga penyuluh terkait pengelola<sup>2</sup> pakan ternak dan limbah pertanian untuk mengatasi musim kemarau. Hasil strategi WT (*weakness-threat*) pengembangan usaha ternak kambing adalah: meningkatkan kualitas sumber daya peternak secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing produk, menggalang kemitraan dengan berbagai pihak serta pemanfaatn pakan dari limbah pertanian. Djaafar (2007),



Alternatif strategi utama yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha ternak kambing boerja pada CV. Agriranch adalah mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peeternak dengan SDM yang tersedia untuk meningkatkan skala usaha ternak kambing boerja yang lebih maju guna memenuhi permintaan pasar ; bekerja sama dengan berbagai pihak guna meningkatkan produktivitas serta menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk local melalui manajemen produksi yang baik, Pengadaan penyuluhan mengenai teknologi pengolahan pakan dari limbah pertanian untuk mengatasi musim kemarau.

## KESIMPULAN

Alternatif Alternatif strategi yang perlu dig<sup>36</sup>akan untuk pengembangan usaha ternak kambing boerja pada CV. Agriranch yaitu Strategi SO (*Strengths Opportunities*) yakni Strategi Keunggulan Komparatif yang bermanfaat untuk menarik keuntungan (*comparative advantage*), yaitu pertemuan antara peluang dari luar dengan kekuatan yang dimiliki oleh CV. Agriranch yaitu dengan memanfaatkan lahan untuk meningkatkan skala usaha dengan cara menambah populasi ternak, meningkatkan skala usaha usaha dengan dukungan modal usaha biaya rendah, menjalin kerja sama dengan pihak pemerintah dan industri untuk kemitraan, dan menekan biaya produksi dengan pemanfaatan sistem pertanian terpadu



# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK KAMBING BOERJA DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus CV. Agriranch Kelurahan Tawangargo Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)

## ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[jiip.ub.ac.id](http://jiip.ub.ac.id)

Internet Source

2%

2

[medpub.litbang.pertanian.go.id](http://medpub.litbang.pertanian.go.id)

Internet Source

2%

3

[digilib.unimed.ac.id](http://digilib.unimed.ac.id)

Internet Source

2%

4

Submitted to Universitas Muhammadiyah  
Surakarta

Student Paper

1%

5

[trikkesehatanbiayamurah.blogspot.com](http://trikkesehatanbiayamurah.blogspot.com)

Internet Source

1%

6

Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma  
Jaya

Student Paper

1%

7

Dilla Sefa Ledy, Dwi Haryono, Suriaty  
Situmorang. "ANALISIS BAURAN

1%

PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN STRATEGI PENGEMBANGAN (STUDI KASUS PADA AGROINDUSTRI KOPI BUBUK CAP INTAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG)", Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 2019

Publication

8	<a href="http://ejurnal.plm.ac.id">ejurnal.plm.ac.id</a> Internet Source	1 %
9	<a href="http://dinastirev.org">dinastirev.org</a> Internet Source	1 %
10	Frederikus Nofrianto Liu. "Strategi Pengembangan Usaha Penggemukan Ternak Sapi Potong di Kelompok Tani Nekmese di Desa Usapinonot Kecamatan Insana Barat", AGRIMOR, 2018 Publication	1 %
11	<a href="http://info.animalproduction.net">info.animalproduction.net</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://tr.scribd.com">tr.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
13	Submitted to IAIN Bukit Tinggi Student Paper	<1 %
14	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://bisnisforkabas.blogspot.com">bisnisforkabas.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %

16

[www.neliti.com](http://www.neliti.com)

Internet Source

&lt;1 %

17

Submitted to Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta

Student Paper

&lt;1 %

18

Tri Putri Siadari, Rudi Hilmanto, Wahyu Hidayat.  
"Potensi Kayu Rakyat Dan Strategi  
Pengembangannya (Studi Kasus) Di Hutan  
Rakyat Desa Buana Sakti Kecamatan  
Batanghari Kabupaten Lampung Timur", Jurnal  
Sylva Lestari, 2014

Publication

&lt;1 %

19

[jurnal.fp.unila.ac.id](http://jurnal.fp.unila.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

20

Felisisima Afoan, Imaculata Ut Halek. "Strategi  
Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pada Usaha  
Jasa Warnet Filistin di Atambua Kabupaten  
Belu", Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi  
Manajemen, 2019

Publication

&lt;1 %

21

Novia Cristi Lumika, Oktavianus ., Porajouw,  
Melissa L.G. Tarore. "STRATEGI  
PENGEMBANGAN CABAI KERITING DI  
KECAMATAN MODAYAG KABUPATEN  
BOLAANG MONGONDOW TIMUR", AGRI-  
SOSIOEKONOMI, 2017

&lt;1 %

- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 22 | <a href="http://geografimun4.blogspot.co.id">geografimun4.blogspot.co.id</a><br>Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |  |      |
|----|--|------|
| 23 | Submitted to Unika Soegijapranata<br>Student Paper | <1 % |
|----|--|------|
- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 24 | <a href="http://dosen.narotama.ac.id">dosen.narotama.ac.id</a><br>Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |  |      |
|----|--|------|
| 25 | Submitted to Universitas Bina Darma<br>Student Paper | <1 % |
|----|--|------|
- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 26 | <a href="http://isharmuis.blogspot.com">isharmuis.blogspot.com</a><br>Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 27 | Submitted to Sultan Agung Islamic University<br>Student Paper | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 28 | <a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a><br>Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |   |      |
|----|---|------|
| 29 | <a href="http://jurnal.fkip.unila.ac.id">jurnal.fkip.unila.ac.id</a><br>Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
- 
- |    |  |      |
|----|--|------|
| 30 | Yosiko Hizkia Panambunan, Agnes E. Loho, Eyverson ., Ruauw. "STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI BERBAHAN BAKU BUAH SEGAR (STUDI KASUS SOP BUAH ICA DI MANADO)", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2016<br>Publication | <1 % |
|----|--|------|
-

31

[eprints.undip.ac.id](https://eprints.undip.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

32

Deiby Elsa Gisisi, Hengki Djemie Walangitan, Zetly Estevanus Tamod. "STRATEGI PENGELOLAAN KESATUAN PENGELOLAAN HUTAN PRODUKSI (KPHP) UNIT V (Wilayah Kabupaten Minahasa, Kota Tomohon, Kabupaten Minahasa Tenggara Dan Kabupaten Minahasa Selatan)", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2019

Publication

&lt;1 %

33

[eprints.umg.ac.id](https://eprints.umg.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

34

[repository.radenfatah.ac.id](https://repository.radenfatah.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

35

[repository.usu.ac.id](https://repository.usu.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

36

[pasca.unhas.ac.id](https://pasca.unhas.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

37

[jurnal.borneo.ac.id](https://jurnal.borneo.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

38

[repository.unim.ac.id](https://repository.unim.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

39

[incomtech.mercubuwana.ac.id](https://incomtech.mercubuwana.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

40	tumoutou.net Internet Source	<1 %
41	Ivon M. Mangundap, Charles N. Ngangi, Caroline B. D. Pakasi. "STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM JARINGAN TRANSPORTASI DI KOTA MANADO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2017 Publication	<1 %
42	aboanaklundayeh.blogspot.com Internet Source	<1 %
43	rucsyaditya.blogspot.com Internet Source	<1 %
44	forda-mof.org Internet Source	<1 %
45	www.minergynews.com Internet Source	<1 %
46	Dahmiri Dahmiri. "Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2020 Publication	<1 %
47	Adil M Firdaus, Julham MS. Pelupessy, Jimmi RP. Tampubolon. "STRATEGI PENYELESAIAN MASALAH SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT PESISIR DI KEPULAUAN BANDA NEIRA, KABUPATEN MALUKU TENGAH", Jurnal	<1 %



# Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2016

Publication

48

[journal.ugm.ac.id](http://journal.ugm.ac.id)

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On